

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В БЕЛАРУСИ

Михинова Л. М.

УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», Минск, Беларусь, e-mail: Lidia_Mih@mail.ru

Интернет все активнее используется в бизнесе, в существенной степени способствуя повышению его эффективности. Если рассматривать возможности Интернета применительно к маркетингу, то они могут быть прежде всего использованы в следующих направлениях: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, продажа товаров через Интернет, проведение маркетинговых исследований; предоставление послепродажных услуг, проведение платежей.

Развитие инструментов интернет-маркетинга в стране, прежде всего, зависит от уровня развития в ней информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые определяют размер интернет-аудиторий и ее состав. Оценку состояния ИКТ Международный союз электросвязи предлагает проводить на основании показателя IDI (ICT Development Index), который представляет собой интегрированный индекс, включающий 11 параметров доступности и использования технологий и средств ИКТ. В настоящее время расчет IDI производится по 157 странам. Республика Беларусь за последние три года в данном списке поднялась на 8 позиций, переместившись с 46 места (IDI = 5,57) на 38 (IDI = 6,89), обогнав Литву, Россию, Казахстан. Данная динамика определялась увеличением доступности к сети интернет по технологиям широкополосного и беспроводного доступа, развитию сети 3G, увеличение пропускной способности каналов связи.

По данным Белстата, на конец 2014 года в Беларуси насчитывалось 9,69 миллионов абонентов с доступом в интернет, среди них 8,62 миллионов это физические лица (прирост за последние 3 года составил 42%). По данным выборочного обследования домашних хозяйств 28,5% из них используют доступ в интернет с целью совершения покупки товаров и получения услуг. Каждый день интернетом пользуется почти 85% пользователей.

По состоянию на 1 января 2014 года в республике доступ к интернету имели 97,5% предприятий. По оценке организаций, наиболее результативное использование сети интернет состоит в улучшении условий труда (88%), улучшения имиджа организации (83,4%) и привлечения новых поставщиков (66,9%). По экспертным оценкам количество сайтов в Байнете составляет около 90 000.

В 2014 году в Торговом реестре Беларуси зарегистрировано 9315 интернет-магазинов. Доля интернет-торговли составила 1% от общего товарооборота в стране. Количество покупателей в Байнете возросло на 12% за 2014 год. Доля банковских карт, пригодных для интернет-платежей, составляет 25%.

За год рынок белорусской интернет-рекламы вырос на 35%, доля данного средства рекламы составляет 15% от всех рекламных бюджетов.

Литература

1. Беларусь в цифрах: стат. сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2015. – 75 с.